

Sobre la dialéctica entre ideología y verdad en lo estético, según Adorno

En el capítulo “Industria-cultural. Ilustración como fraude masivo”¹, Adorno y Horkheimer señalan, entre otros aspectos, la primacía ideológica de los “productos enlatados”. Los argumentos expuestos otorgan la impresión de que la ideología en lo estético es un epítome de falsedad. Sin embargo, en la “Teoría estética” de Adorno, el término ideología aparece implícito en el arte. De ser así, esto significaría que incluso las “obras de arte auténticas” no son representaciones de la verdad.

A continuación, se tratará de esclarecer la relación aparentemente difusa entre ideología y verdad en lo estético. En la primera sección del texto se presenta la reconstrucción sobre la ideología en el “arte ligero”, según el capítulo “Industria-cultural”². Se expone la posición de los “productos enlatados” frente a la ideología, así como el desdoblamiento de esta en ellos. En la segunda sección, se ilustra el argumento de la “inmanencia ideológica” del arte, así como la relación entre “arte serio” e ideología, conforme a la “Teoría estética” de Adorno.

I

Los productos enlatados de la industria-cultural, es decir, los objetos estéticos que son “de principio a fin”³ mercancía, pero que tienen “reclamo objetivo inherente” de ser creación estética⁴, y que Adorno subordina a la categoría de arte ligero, no son para él meramente negativo en la estética⁵, sino negativo constitutivo⁶. Dado que estos productos reclaman ser

¹ Véase Theodor W. Adorno, *Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente*. Gesammelte Schriften, 3. (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1997), 141-191. (La traducción de los títulos y términos de la obra filosófica de Adorno fue asumida por el autor de manera libre y no se basó en las traducciones oficiales al castellano).

² El neologismo *Kulturindustrie* (industria-cultura), que se presenta por primera vez en 1947 en la “Dialéctica de la ilustración”, se atribuye a Adorno y Horkheimer. El término debe distinguirse del arte popular, la cultura de masas o los medios de comunicación. La industria-cultural ingurgita estas áreas y las subordina a su propia lógica. Vale mencionar que el término “industria” en el vocablo industria-cultural no ha de ser literalmente asumido, sino que trata principalmente de las “formas de organización industriales” en las que surgen estos productos. Véase Theodor W. Adorno, *Kulturkritik und Gesellschaft I: Prismen Ohne Leitbild*. Gesammelte Schriften, 10.1. (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1997), 337-340.

³ Véase Adorno, *Kulturkritik und Gesellschaft I...*, 338.

⁴ Véase Adorno, *Dialektik der Aufklärung...*, 17.

⁵ Los productos enlatados de la industria-cultural no son para Adorno meramente “negativo en la estética,” como es el caso en la estética de Hegel, donde “el arte servil”, por surgir en conveniencia, en lo no libre, en relación con lo otro y por no obedecer a la naturaleza pura de la cosa, es objeto indigno de reflexión. Solo los objetos del “arte bello”, es decir, aquellos que surgen del espíritu libre, son objetos dignos de la “filosofía del arte bello” hegeliana. Véase capítulo 1 de Georg W. F. Hegel, *Vorlesungen über die Ästhetik; I*. 13. Auflage. Suhrkamp-Taschenbücher Wissenschaft 613 (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2016).

⁶ “De hecho, la industria-cultural es importante como momento del espíritu dominante en la actualidad”. Adorno, *Kulturkritik und Gesellschaft I...*, 341.

entidades estéticas, asimismo reclaman ser “apariencia de la verdad”⁷. Y, por lo tanto, son objeto legítimo de la estética adorneana.

La industria-cultural, determinada por Adorno y Horkheimer como la principal institución a cargo de “la regresión de la ilustración en ideología”⁸ y como proveedor masivo de productos enlatados, defiende la supremacía ideológica de estos encubriéndose bajo su “carácter comercial”; categoriza el fin de sus productos bajo la lumbre del entretenimiento y el lucro, y así pretende redimir la no aparición de la verdad en ellos. No obstante, esta posición, parte de su propia ideología, sirve para su autoconservación y para negar su responsabilidad social⁹.

Al neutralizar lo estético, con ello su “conciencia crítica”, y sacrificarlo al acto de intercambio, triunfa la falsedad de la industria-cultural bajo el “factor orden” que imparte¹⁰. Cuando lo estético surge de la “explotación de la esfera de producción”; cuando el arte está al servicio del entretenimiento, de la “conciencia dominante”, del orden y el comercio es degradado y colabora con el “contexto de culpa de la sociedad”. Subsumido al factor orden, lo estético sirve al esparcimiento, contribuye a la distracción de “lo gris” o se convierte en “complemento de lo gris”; “reproduce lo fulastre” y está en función del “abuso cultural”¹¹.

Estos productos surgen de “servicios de producción” y son formados para la “falsa conciencia”. Su material milita a favor de las “fachadas de la realidad social”. El contenido y la forma están subordinados al “propósito”, los “clichés” y el “cálculo”¹². Asimismo, el estilo de estos productos es abatido como unidad por la industria-cultural. Lo estético cae en falsedad, su contenido empobrece y su expresión enferma por el estilo del “no estilo”, que no se origina en la “lógica de la cosa en sí”, sino en adaptación a “formas generales”. El estilo de estos productos no es “real”; su expresión no es expresión de sufrimiento; no es desdoblamiento de lo que se sacrifica en el “proceso de racionalización”, que es expresión legítima del arte o contiene verdad negativa, resistencia al “sello de unidad”. Por el contrario, se trata de un estilo “débil”, que promete reconciliación con lo general¹³.

⁷ Véase Adorno, *Dialektik der Aufklärung...*, 17.

⁸ Véase Adorno, *Dialektik der Aufklärung...*, 16.

⁹ Véase Adorno, *Dialektik der Aufklärung...*, 17.

¹⁰ Véase Adorno, *Kulturkritik und Gesellschaft I...*, 343.

¹¹ Véase Adorno, *Kulturkritik und Gesellschaft I...*, 19-22.

¹² Véase Adorno, *Dialektik der Aufklärung...*, 145-146.

¹³ Véase Adorno, *Dialektik der Aufklärung...*, 150-152. Según Adorno: la verdad es la diferencia entre el estilo verdadero y el débil.

Bajo esta posición cosificadora, la calidad de los materiales de estos productos se reduce. Los productos neutralizados por la industria-cultural apenas difieren entre sí. La “ley formal”, la objetividad y el sentido estético degeneran en mera diferenciación presupuesta. La divergencia estética de estos productos es pura ilusión; está organizada por el propio sistema para dar apariencia de variedad¹⁴. La industria-cultural se establece repitiendo “cínicamente” lo mismo, y como sus productos no subliman lo empírico, por el contrario, simplemente duplican el mundo de las apariencias, se vale así de lo estético para esparcir su ideología e implicar la verdad¹⁵.

El material reproducido, que se adapta y se transmite bajo la “idea de la universalidad correcta”, sirve no solo para afirmar la apariencia objetiva de la sociedad y para postular las condiciones prevalecientes como fosilizadas, sino que también vierte la experiencia estética en lo empírico. El espectador, que se experimenta a sí mismo como “objeto eterno” de la industria cultural, se identifica con los productos, proyecta en ellos y cae en la ilusión estética; se identifica con el “engaño” y es “devorado” por lo estético sin resistencia alguna¹⁶.

II

Según lo expuesto, pareciese que los productos enlatados de la industria-cultural, clasificados bajo la categoría de arte ligero, en sentido ideológico, son el negativo del arte serio; es decir, el arte serio no es ideológico y el ligero sí. No obstante, de acuerdo con Adorno, la relación ideológica en lo estético es dialéctica. Incluso las obras auténticas de arte no pueden escapar de la ideología: “El arte no-ideológico no es posible del todo”¹⁷.

Aunque la ideología es inherente a lo estético, la auténtica obra de arte, en oposición a la ligera, es contraria a la ideología y es manifestación de la verdad¹⁸. Dado que la ideología en lo estético es un momento y no un criterio autoritario en el desdoblamiento de la verdad, es posible que las obras de arte contengan residuos ideológicos y no necesariamente vuelquen en ideología¹⁹. Para que lo estético honre la actitud consubstancial contraria a la ideología y sea desdoblamiento de la verdad, no basta con la negación deductiva de la ideología; este intento

¹⁴ Véase Adorno, *Dialektik der Aufklärung...*, 144-146.

¹⁵ Véase Adorno, *Dialektik der Aufklärung...*, 170.

¹⁶ Véase Adorno, *Dialektik der Aufklärung...*, 147, 164. Cabe señalar que, para Adorno, la “experiencia estética legítima” trata, entre otros, de discernimiento, y cuando el consumidor se pierde en lo estético, desaprovecha la comprensión y la veracidad del arte. Véase Theodor W. Adorno, *Ästhetische Theorie*, hrsg. von Gretel Adorno und Rolf Tiedemann, Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft 2 (Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1973), 514-516.

¹⁷ Adorno, *Ästhetische Theorie*, 351.

¹⁸ Véase *Ästhetische Theorie*, 446, 459.

¹⁹ Véase *Ästhetische Theorie*, 202-203.

es en sí mismo ideológico y desemboca en “doble ideología”²⁰. La negación de lo empírico, de lo comunicativo o del estilo para generar resistencia a lo ideológico, de no ser generada desde la “lógica del asunto”, marcha ciegamente hacia la ideología y suprime lo objetivo del arte²¹. Únicamente el arte autónomo por medio de su forma transfigura lo ideológico de sí, presenta “ideología autoalienada” y de esta forma rinde legítima resistencia a lo social²².

Cuando el arte se subordina a la normativa dictada por el espíritu dominante, inevitablemente desemboca en ideología, se revela a su "conciencia crítica" y es siervo del embrutecimiento²³; afirma una cultura que no se niega a sí misma, que se estrella ciegamente en ideología vacía y es cómplice del nuevo “tipo de barbarie” en el que la humanidad “se hunde”²⁴.

Aunque pareciese que la ideología en el arte va obligatoriamente en negación del contenido de la verdad, vale considerar que la dialéctica entre ideología y verdad en lo estético está históricamente condicionada. Y si bien actualmente esta relación parece ser aún vigente, es necesario examinar que Adorno señala que los momentos en el arte y su verdad están unidos a un “núcleo de tiempo” y a una dinámica interna, y que en la era de la “falsa conciencia” no hay teoría ni obra de arte alguna que encuentre amparo de la perversión ideológica²⁵.

²⁰ Véase *Ästhetische Theorie*, 379.

²¹ Véase *ebda*, 351-353

²² Véase Adorno, *Kulturkritik und Gesellschaft I...*, 24.

²³ Véase Adorno, *Ästhetische Theorie*, 447, 459.

²⁴ Véase Adorno, *Dialektik der Aufklärung...*, 11.

²⁵ Véase Adorno, *Dialektik der Aufklärung...*, 9. Así como: Adorno, *Kulturkritik und Gesellschaft I...*, 27-28.

Bibliografia

Adorno, Theodor W. *Ästhetische Theorie*. Hrsg. von Gretel Adorno und Rolf Tiedemann. Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft 2. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1973.

Adorno, Theodor W. *Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente*. Gesammelte Schriften, 3. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1997.

Adorno, Theodor W. *Kulturkritik und Gesellschaft I: Prismen Ohne Leitbild*. Gesammelte Schriften, 10.1. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1997.

Hegel, Georg W. F. *Vorlesungen über die Ästhetik; 1*. 13. Auflage. Suhrkamp-Taschenbücher Wissenschaft 613. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2016.